

49925236: สาขาวิชา: การจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม; กจ.ม. (การจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม)

คำสำคัญ: การพัฒนา/ การตลาดเชิงเครือข่าย/ ธุรกิจนำเที่ยว/ พักยา/ ชลบุรี

ภัทรพงศ์ วงศ์แสนสุข: แนวทางการพัฒนาการตลาดเชิงเครือข่ายของธุรกิจนำเที่ยวในเขตเมืองพักยา จังหวัดชลบุรี (THE DEVELOPMENT OF TOURISM IN MARKETING NETWORK IN PATTAYA, CHONBURI PROVINCE) อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์: วุฒิชชาติ สุนทรสมัย, D.B.A., 137 หน้า. ปี พ.ศ. 2551

การศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาการตลาดเชิงเครือข่ายของธุรกิจนำเที่ยวในเขตเมืองพักยา จังหวัดชลบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลกระทบต่อแนวทางการพัฒนาการตลาดเชิงเครือข่าย ปัจจัยการดำเนินธุรกิจต่อแนวทางการพัฒนาการตลาดเชิงเครือข่าย ความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในเขตเมืองพักยา จังหวัดชลบุรี ในการให้ความร่วมมือในการพัฒนาการตลาดเชิงเครือข่ายร่วมกัน และแนวทางการพัฒนาการตลาดเชิงเครือข่ายของธุรกิจนำเที่ยวในเขตเมืองพักยา จังหวัดชลบุรี

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมธุรกิจนำเที่ยว ในเขตเมืองพักยา จังหวัดชลบุรี จำนวน 103 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้ตารางแสดงค่าเฉลี่ย อธิบายความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นสถิติเพื่อการบรรยายเบื้องต้นดังนี้ ด้านความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อแนวทางการพัฒนาการตลาดเชิงเครือข่ายของธุรกิจนำเที่ยว โดยรวมความคิดเห็นอยู่ระดับมาก แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงอันดับจากมากไปน้อย คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านสินค้าและ/ หรือการบริการ ด้านราคา ด้านวิจัยและการพัฒนานวัตกรรม และด้านลูกค้า ความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

การทดสอบสมมติฐานในการวิจัยใช้สถิติค่า F - test (One - way ANOVA) กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการจำแนกตามเพศ อายุ รายได้ที่แตกต่างกัน มีแนวทางในการพัฒนาการตลาดเชิงเครือข่ายในธุรกิจนำเที่ยวในเขตเมืองพักยา จังหวัดชลบุรีไม่ต่างกัน ยกเว้นด้านระดับการศึกษา ปัจจัยการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการจำแนกตาม ประเภทของธุรกิจนำเที่ยว ระยะเวลาดำเนินการ จำนวนพนักงานทุนจดทะเบียนของกิจการ และผลประกอบการ ที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นในการพัฒนาการตลาดเชิงเครือข่ายในธุรกิจนำเที่ยวในเขตเมืองพักยา จังหวัดชลบุรีไม่ต่างกันทุกด้าน

49925236: MAJOR: SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES MANAGEMENT; M.M.  
(SMEs MANAGEMENT)

KEYWORDS: DEVELOPMENT/ MARKETING NETWORK/ TOURISM/ PATTAYA/  
CHONBURI PROVINCE

PATRAPONG WONGSANSUK: THE DEVELOPMENT OF TOURISM IN  
MARKETING NETWORK IN PATTAYA, CHONBURI PROVINCE. ADVISORS:  
VUTTHICHART SUNTONSAMAI , D.B.A., 141 P. 2008.

This study aimed to examine personal factors affecting the development of marketing network and to investigate business factors influencing the marketing network development. This included the survey of the tourism business owners' opinions relating to the development of marketing network in Chonburi Province.

The subjects taking part in this study were 103 entrepreneurs who were tourism business owners in Pattaya, Chonburi Province. The instrument was a questionnaire. The statistical used to analyze the data were means and descriptive analysis. The results were as follows:

It was revealed that the overall level of agreement of the subjects towards the development of marketing network was found at the high level. Also, when considering each factor, the level of agreement of the subjects in regard to the marketing promotional strategies, distributing channel, merchandise and services, prices, research and development, and customers was found at the moderate level.

The results was also showed from operating One-way ANOVA that, except for the subject's level of education, there was no statistically different between the subjects' personal factors which included their gender, age, income and their level of agreement in guidelines for marketing network development at the significant level of 0.05. Also, no statistical differences were found between business factors including the subjects' types of tourism business, length of operation, number of working staff, amount of registered investment fund, and earned income.